

E-Business II
1. Rechtliche Aspekte des E-Business

Markus Groß

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

1.1 DER VERTRAGSSCHLUSS

2

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Die Ausgangssituation

Wie kommt ein (Kauf-)Vertrag zustande?

- 2 übereinstimmende Willenserklärungen (WE)
Angebot + Annahme = Vertrag
- Wirksamwerden einer WE
 - **unter Anwesenden:** sofort mit Wahrnehmung
 - **unter Abwesenden:** mit Zugang
- Willenserklärungen sind grundsätzlich formfrei (also auch mündlich) Form nur, wo vom Gesetz spezielle angeordnet



3

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Das Angebot

Das Angebot ist...

- formfrei,
- bindend, wenn nicht ausgeschlossen bei Freiklauseln oder durch das Vorliegen einer "invitatio ad offerendum"
- und geht in der Regel vom Käufer aus

... **und es erlischt bei**

- Ablehnung oder
- nicht rechtzeitiger Annahme



4

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Die Annahme (1 | 2)

Annahmefristen und die Folgen

Die Annahme kann...

- ausdrücklich (z.B. "Auftragsbestätigung")
- oder konkludent (= schlüssiges Verhalten) ergehen (z.B. Annahme/Absenden der Ware, Überweisung des Kaufpreises)
- **Schweigen:**
 - **bei Privaten** grundsätzlich keine Zustimmung
 - **bei Kaufleuten** i.d.R. Zustimmung, wenn Verhandlungen vorausgegangen sind



5

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHM
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Die Annahme (2 | 2)

Annahmefristen und die Folgen

Annahmefrist	<ul style="list-style-type: none"> ▪ unter Anwesenden: nur sofort (gilt auch für Angebot per Telefon) ▪ unter Abwesenden: bis zum Zeitpunkt, in dem Antwort unter normalen Umständen zu erwarten ist
Folgen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ verspätete Annahme = neues Angebot (durch den anderen) ▪ modifizierte Annahme = Ablehnung des (alten) Angebots + Unterbreitung eines neuen Angebots (durch den anderen)

6

1 RECHTLICHE ASPEKTE

Zugang elektronischer Willenserklärung

Im Business to Business (B2B) Umfeld

Wenn im **Machtbereich des Empfängers** und dort mit **Kenntnisnahme** zu rechnen ist

Differenzierung

Geschäftsbetrieb



- **während Geschäftszeiten:**
Zugang sofort (wie Fax)
- **außerhalb Geschäftszeiten:**
Zugang zu Beginn des nächsten Werktages

7

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

1 RECHTLICHE ASPEKTE

Zugang elektronischer Willenserklärung

Im C2C oder B2C Umfeld

Wenn im **Machtbereich des Empfängers** und dort mit **Kenntnisnahme** zu rechnen ist

Differenzierung

Privatmann



- **fraglich** - wohl erst am nächsten Tag zugegangen
- Aber: Verkürzung bei zunehmender Verbreitung der elektronischen Post (de-Mail) denkbar

8

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

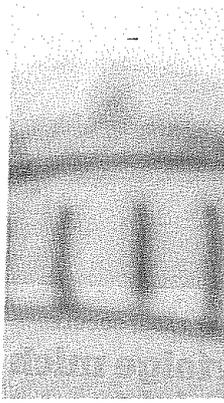
1

RECHTLICHE ASPEKTE

Aktuelle Journal Artikel

Billiger und schneller

Die De-Mail ersetzt den Brief.
Das spart Betrieben Milliarden
an Porto. Auch **Jan Oetjen**
wittert ein großes Geschäft



9


1

RECHTLICHE ASPEKTE

Aktuelle Journal Artikel

Handelsblatt
DIENSTAG, 14. FEBRUAR 2012, Nr. 32

Wettbewerber attackieren E-Postbrief

Ein Konsortium rund um den Internetprovider I&I stellt auf der IT-Messe Cebit sein Konkurrenzmodell

Christoph Schleutmann
Kartlsruhe

Die enttäuschende Nachfrage nach dem E-Postbrief, den die Deutsche Post vor anderthalb Jahren ins Rennen schickte, hält Wettbewerber nicht von eigenen Plänen ab. „Wir werden unsere ‚De-Mail‘ am 6. März auf der Cebit

Bislang entwickelt sich die dokumentenechte Variante der E-Mails mehr als schleppend. Marktforschungsfirmen wie Comscore, Doubleclick, Ad Planner oder Alexa zählten in den vergangenen Monaten durchschnittlich 200 000 Nutzer für den E-Postbrief. Selbst wenn alle den Höchstpreis von 55 Cent

an der rechtssicheren E-Mail. Obwohl es damals noch keine gesetzlichen Grundlagen gab, waren die Bonner Mitte 2010 mit ihrem E-Postbrief vorgeprescht. Zuvor hatten sie das Konsortium um I&I verlassen, das ursprünglich eine gemeinsame „De-

Dann aber könnte der Deutschen Post den. Allein die E-Mail Web.de und GMX, die net AG unterstützen, eine Com eine eine vom



10


1

RECHTLICHE ASPEKTE

Fehler bei der Willenserklärung

1. Bedienungsfehler
2. Übermittlungsfehler
3. Zugangsfehler (= im Bereich des Empfängers)

Anfechtbarkeit der Willenserklärung?

→ **Bedienungsfehler**
Wie verschreiben: Anfechtbar, § 119 I, 2. Alt. BGB

→ **Übermittlungsfehler**
Wie bei Fehler vom Boten: Anfechtbar, § 120 BGB

→ **Zugangsfehler**
Verantwortungsbereich des Empfängers, Zugang wird fingiert

11

1

RECHTLICHE ASPEKTE

Die Preisfehler...

12

1

RECHTLICHE ASPEKTE

Der Widerruf in der Praxis

Sehr geehrter Herr xxx,

Vielen Dank, für Ihren Einkauf bei LambdaTek. Wir bedauern Ihnen mitteilen zu müssen, dass es bei Ihrer Bestellung zu einem Problem kam. Amazon verlinkt automatisch seine Angebote mit unseren Produkten. Dies verläuft allerdings nicht immer fehlerfrei, wie auch in diesem Fall. Momentan gibst es allerdings zusätzlich ein großes Problem, bei dem Produkte mit falscher Herstellerreferenz bei Amazon erstellt werden. Daher wurde ein völlig anderes unserer Produkte mit diesem Amazonangebot gelinkt (z.B.: ein Bildschirm verlinkt zu einer Druckerpatrone). Daher stimmen Preis und Artikel nicht überein.

Wir haben Amazon bereits über diesen Fehler informiert.

Wir mussten daher Ihre Bestellung stornieren, würden Ihnen aber gern eine freie Lieferung für Ihre nächste LambdaTek Bestellung zusichern. Bitte entschuldigen Sie die Unannehmlichkeiten.

Vielen Dank, für Ihr Verständnis.

13


1

RECHTLICHE ASPEKTE

Widerruf der elektronischen WE

Grundsätzlich ist Widerruf möglich, wenn dieser bis zum Zugang der Erklärung erfolgt; § 130 I BGB



Folge bei elektronischer WE

- An Geschäftsbetrieb ➔ Zugang sofort
- ➔ Widerruf faktisch selten möglich (~ Netzlauf)
- An Private Kenntnisnahme ➔ Zugang nächster Tag oder bei
- ➔ Widerruf eventuell möglich

14


1
RECHTLICHE ASPEKTE

1.2 SIGNATURGESETZ („SIGG“)

15

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Grundsätze SigG

- Nur Rahmenregelung, kein spezielles, zwingend anzuwendendes Verfahren
- **Erste gesetzliche Regelung dieses Bereichs weltweit**
- Einrichtung privater Zertifizierungsstellen („Trust Center“) zur Schlüsselvergabe – hohe Anforderungen
- EU-Perspektive: Gleichbehandlung anderer Verfahren bei gleichwertigen Sicherheitsstandards
- USA: unterschiedliche Verfahren in den Bundesstaaten

16

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1 RECHTLICHE ASPEKTE

Gesetzliches Modell SigG

Zwei Schlüssel pro Person

Einer öffentliche bei
Zertifizierungsstelle

XXXXYY




Einer private -
geheimzuhalten

YYXX



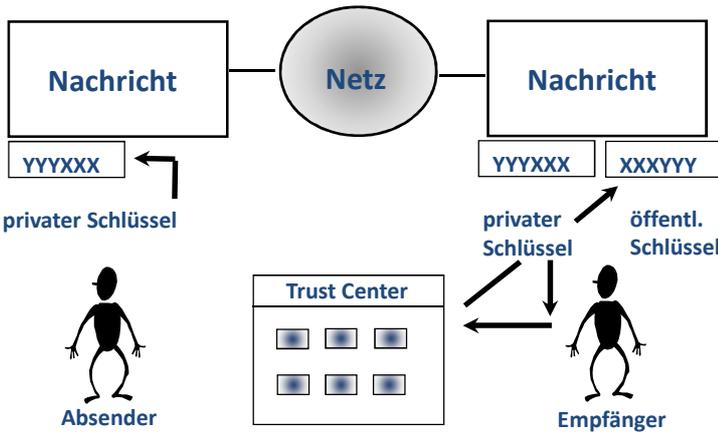

17



1 RECHTLICHE ASPEKTE

Absenderkennung

Prozess der Authentifizierung



18



1 RECHTLICHE ASPEKTE

Die Schriftform im Netz

Bedeutung und Voraussetzungen

„Schriftlichkeit“ → Schriftform → Schutz vor Übereilung
 ↓ Dokumentation → Beweiszweck

- Schriftform: § 126 BGB
 Text + eigenhändiger Unterschrift

➔ elektronische Signatur erfüllt diese Voraussetzungen nicht!

- Signaturgesetz vom 22.07.1997 regelte Rahmenbedingungen für die Verwendung digitaler Signaturen, aber keine Formfragen

➔ verlangte aufwendige Sicherungsinfrastruktur plus Zulassung

19

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
 FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
 BERGISCHE GLADBACH

1 RECHTLICHE ASPEKTE

Die Schriftform im SigG und SignaturRil

- „Gesetz zur Anpassung der Formvorschriften des Privatrechts an den modernen Rechtsgeschäftsverkehr“
- EU-Richtlinie über Rahmenbedingungen für elektronische Signaturen vom 13.12.1999
- Änderung des Signaturgesetzes vom 22.05.2001



20

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
 FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
 BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Die EU-Signaturrichtlinie

- Seit Januar 2000 in Kraft
- Gleichsetzung der qualifizierten elektronischen Signatur mit handschriftlicher Unterschrift
- Regelt die Beweiszulässigkeit einer „digitalen“ Unterschrift
- Ist ein technikoffenes Konzept
- Umsetzung durch Mitgliedsstaaten bis Mitte 2001, in Deutschland durch Novellierung des SigG vom 22.05.2001 und Änderung zahlreicher Formvorschriften des Privatrechts durch Gesetz vom 13.07.2001

21

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Novellierung des SigG durch Gesetz vom 22.05.2001

- 2 Sicherheitsstufen
 - fortgeschrittene elektronische Signaturen (f.e.S.)
 - qualifizierte elektronische Signaturen (q.e.S.)
- Keine Genehmigung mehr erforderlich, um Zertifizierungsstelle in Deutschland zu betreiben
- Verfahren aus anderen EU-Staaten werden anerkannt, wenn der dortige Anbieter die Voraussetzungen der EG-SignaturRL erfüllt



22

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Änderungen der Formvorschriften

Durch das Gesetz vom 13.07.2001

- Fortgeschrittene elektronische Signaturen, die auf einem qualifizierten Zertifikat beruhen, erfüllen die rechtlichen Anforderungen an eine Unterschrift in Bezug auf in elektronischer Form vorliegende Daten in gleicher Weise, wie handschriftliche Unterschriften in Bezug auf Daten auf Papier (Art. 5 Signatur-Richtlinie)
- Ergänzung von § 126 BGB durch § 126a BGB:
Danach gibt es jetzt eine elektronische Form, die die Funktion der Schriftform im Sinne von § 126 Abs. 1 BGB erfüllt, und die digitale Signatur nach SignaturG enthalten muss.

23

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Änderungen der Formvorschriften

Durch das Gesetz vom 13.07.2001

2 neue Formen wurden in das BGB eingeführt:

- **Elektronische Form**, § 126a BGB:
Name und q.e.S. ersetzen die Schriftform
Ausnahmen müssen im Gesetz genannt werden, z.B. für Bürgschaften vorgesehen
- **Textform**, § 126b BGB:
Text und Ausstellernamen reichen, keine Signatur
→ Nur zulässig, wenn Gesetz dies vorsieht, z.B. Schadensanzeigen des Frachtempfängers, § 438 HGB

24

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Beweis eines Online-Vertrages

Beweis durch E-Mails / Protokolle

- hohe Beweiskraft nur bei qualifizierter elektronischer Signatur (§ 292a ZPO)
- **sonst nur:** Augenschein
 - geringe Beweiskraft, da Fälschungsrisiko besteht
 - freie Beweiswürdigung durch das jeweilige Gericht
 - E-Mail-Ausdruck reicht oft nicht



25

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Qualifizierte elektronische Signatur - SigG

Anforderungen an elektronische Signatur:

- Daten in elektronischer Form, die zur Authentifizierung dienen
- ausschließlich Schlüsselinhaber zugeordnet
- unter Kontrolle des Schlüsselinhabers
- sichere Signaturerstellungseinheit
- nachträgliche Änderungen erkennbar
- gültiges qualifiziertes Zertifikat
 - ➔ von Zertifizierungsdiensteanbieter

26

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

Exkurs nPA

Neuer Personalausweis



1.3 VERBRAUCHERSCHUTZ

1
RECHTLICHE ASPEKTE

BGB (Einführung von Verbraucherschutzvorschriften)

Wichtige Regelungen:

§ 241 a: - kein Vertrag durch Übersendung unbestellter Waren
 - keine Kosten für Rücksendung

§§ 355 ff.: - Widerruf lässt Bindungswirkung einer WE entfallen
 - Widerruf:
 o keine Begründung erforderlich
 o auf dauerhaftem Datenträger
 o 2 Wochen ab Aushändigung der Widerrufsbelehrung
 o Rücksendung = Widerruf

29

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Online-Verträge und AGB-Recht

- Online-Verträge und AGB-Recht
- Problem „Einbeziehung“ in Vertrag
 - Hyperlink auf Website, z.B. zum Download
 - gut sichtbar
 - vor Bestellformular
 - Sprache des Verbrauchers; andere Sprache nur, wenn Verbraucher sie nachweislich beherrscht
 - verständliche Formulierung
 - gute Lesbarkeit



30

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

AGB-Recht bei Online-Verträgen B2B

- (nur) für E-Business keine Besonderheiten gegenüber herkömmlichem Geschäftsverkehr
- Nachweisbarkeit des Hinweises auf AGB sicherstellen – Zugriff auf AGB ermöglichen
- Verschärfung der ohnehin für Verträge zwischen Unternehmen teilweise überzogenen Rechtsprechung möglich



31

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Fernabsatzverträge (§§ 312 ff. BGB)

Anwendungsbereich (§ 312b BGB) gilt für:

- Verträge über Waren/Dienstleistungen, die unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln - neben den modernen Kommunikationsmitteln zählen auch traditionelle Kommunikationsmittel dazu, wie Briefe und Kataloge - geschlossen werden
- Einsatz der Fernkommunikationsmittel erfolgt im Rahmen einer auf den Fernabsatz organisierten Vertriebs- und Dienstleistungssystem [nicht nur zufällig!]

32

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Fernabsatzverträge (§§ 312 ff. BGB)

Anwendungsbereich (§ 312b BGB) gilt nicht für:

- Fernunterrichtsverträge
- Teilzeit-Wohnrechte
- Finanzdienstleistungen
- Immobilienverträge
- Verträge über Gegenstände des täglichen Bedarfs, z.B. Lebensmittel, wenn diese im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden



UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

33

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Fernabsatzverträge (§§ 312 ff. BGB)

Anwendungsbereich (§ 312b BGB) gilt nicht für:

- Verträge über touristische Dienstleistungen, wenn Zeitpunkt/Zeitraum der Erbringung feststeht
- Automatenverträge
- Telekommunikationsverträge aufgrund der Benutzung öffentlicher Fernsprecher



UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

34

1 RECHTLICHE ASPEKTE

Aktuelle Journals

Alles anziehen – nichts bezahlen

The Economist

FOCUS in Kooperation mit dem britischen Wochenmagazin

Alles anziehen – nichts bezahlen

Händler beklagen ein **Mode-Problem**: Kunden geben Kleidungsstücke immer öfter getragen zurück

Auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten brauchen Frauen ihr kleines Schwarzes für schicke Partys. Also kaufen sich man-



35

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

1 RECHTLICHE ASPEKTE

Fernabsatzverträge (§§ 312 ff. BGB)

- Unterrichtung des Verbrauchers gemäß (§ 312c BGB)
- Allgemeine Grundsätze finden sich in (§ 312c Abs. 1 BGB)
- Erkennbarkeit
 - des **geschäftlichen** Zwecks
 - der **Identität** des Unternehmens
- Offenlegung **bei Beginn** eines Telefongesprächs

36

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Informationspflichten (BGB-InfoV)

bei Fernabsatzverträgen (§§ 312 ff. BGB)

Inhalt der Informationspflichten (BGB-InfoV):

- Identität und Anschrift des Unternehmens
- Wesentliche Merkmale der Waren/Dienstleistungen
- Zeitpunkt, wann Vertrag zustande kommt
- Mindestlaufzeit
- Vorbehalt der Lieferung von Ware gleicher Qualität und gleichem Preis
- Preis einschließlich Steuern und anderer Bestandteile
- Liefer-/ Versandkosten
- Zahlungs-/Liefermodalitäten

37

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Informationspflichten (BGB-InfoV)

bei Fernabsatzverträgen (§§ 312 ff. BGB)

Inhalt der Informationspflichten :

- Widerrufs- oder Rückgaberecht (Belehrung über die Möglichkeiten)
- Kosten des Telekommunikationsmittels, wenn sie über übliche Grundtarife hinausgehen (z.B. 0180-Rufnummern)
- Gültigkeitsdauer befristeter Angebote, insbesondere hinsichtlich des Preises



38

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Informationspflichten (BGB-InfoV)

bei Fernabsatzverträgen (§§ 312 ff. BGB)

Zeitpunkt der Information:
→ **rechtzeitig** vor Abschluss des Fernabsatzvertrages

Form der Information (§ 1 Abs. 2 BGB-InfoV):

- in Textform (§ 126 b BGB), z.B. Urkunde oder in anderer zur dauerhaften Wiedergabe in Schriftzeichen geeigneten Weise (Diskette, CD-ROM, E-Mail)
- spätestens bis zur Erfüllung des Vertrages, wenn möglich früher zur Verfügung stellen (bei Waren spätestens bei Lieferung)

39

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Informationspflichten (BGB-InfoV)

bei Fernabsatzverträgen (§§ 312 ff. BGB)

Textform (§ 1 Abs. 2 BGB-InfoV):

- Bereitstellen auf Website im www ist allerdings unsicher!
- Unternehmer hat die Beweislast bezüglich des Beginns der Widerrufsfrist.
- Er wird aber nicht beweisen können, dass Verbraucher eine Datei heruntergeladen und auf seiner Festplatte gespeichert hat.



40

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Widerrufs-/Rückgaberecht

als Kern des Verbraucherschutzrechts

- Konzentrierte Regelung des Widerrufsrechts an einer Stelle im Gesetz
- Die gesetzlichen Regelungen zu allen Sondersituationen, in denen der Verbraucher durch ein Widerrufsrecht geschützt werden soll, verweisen auf die zentrale Regelung des Widerrufsrechts.
- Widerrufsrecht schützt den Verbraucher vor übereilten Willenserklärungen.



41

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Widerrufsrecht (§ 355 BGB)

bei Fernabsatzverträgen (§ 312d BGB)

- Widerrufsrecht (§§ 312d i.V. mit 355 BGB):
- § 355 BGB: Widerruf binnen 2 Wochen
- Widerrufsfrist **beginnt frühestens ab Erfüllung** der Informationspflichten gemäß § 1 BGB-InfoV, bei Waren nicht vor Eingang beim Empfänger

erlischt:

- spätestens 6 Monate nach Vertragsschluss
- bei Waren nie, wenn nicht ordentlich informiert

42

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

Widerrufsrecht (§ 355 BGB)

bei Fernabsatzverträgen (§ 312d BGB)

Kein Widerrufsrecht bei:

- Waren, die auf Spezifikation des Kunden gefertigt wurden (Sonderanfertigungen)
- Waren, die aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht zur Rücksendung geeignet sind
- Audio-, Videoaufzeichnungen, Software, wenn Verbraucher Datenträger entsiegelt
- Zeitungen, Zeitschriften, Illustrierten
- Wett- und Lotteriedienstleistungen
- Versteigerungen



43

Rückgaberecht (§ 356 BGB)

bei Fernabsatzverträgen (§ 312d BGB)

- Widerrufsrecht kann durch **Rückgaberecht** ersetzt werden (§ 356 BGB), welches im Gegensatz zum Widerrufsrecht grundsätzlich nur durch Rücksendung der Ware ausgeübt werden kann
- Belehrung über Rückgaberecht i.S.d. § 355 BGB
- Folgen einer fehlenden Belehrung § 357 BGB
 - Vertrag ist schwebend unwirksam und kann bis zum Erlöschen des Widerrufsrechts jederzeit widerrufen werden

44

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Kosten der Rücksendung

- Lieferung **entspricht nicht** der Bestellung
→ keine Rücksendekosten
- Lieferung **entspricht** der Bestellung:
→ bei Bestellwerten bis € 40,00 dürfen per Vereinbarung dem Verbraucher die Kosten der Rücksendung auferlegt werden
→ Über € 40,00 muss der Händler die Kosten der Rücksendung tragen (sofern eine (Teil-)Zahlung geleistet wurde)

Grund:

- Schutz der Unternehmen bei geringwertigen Bestellwerten, insbesondere Schutz des Buchhandels vor “kostenlosem” Lesen

45

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

1.4 ONLINE-HANDEL UND ONLINE-WERBUNG

46

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Grundsatz für Online-Handel und -Werbung

- Grundsatz für Verträge über Leistungen:
Für Leistungen ist das Recht des Mitgliedsstaates maßgeblich, in dem der Anbieter seine Niederlassung hat (= sog. Herkunftslandprinzip)
- **Folge:** Ist der Anbieter nicht in **(D)** ansässig, gilt nicht deutsches Recht, sondern sein „Heimatrecht“
- **Aber:** Das Verbraucherschutzrecht des Staates, in dem der Verbraucher seinen Sitz hat, gilt vorrangig

47

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie

In Deutschland

§ 4 TDG: Herkunftslandprinzip

1. In der Bundesrepublik Deutschland niedergelassene Diensteanbieter und ihre Teledienste unterliegen den Anforderungen des deutschen Rechts auch dann, wenn die Teledienste in einem anderen Staat innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 2000/31/EG [...] über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt [...] geschäftsmäßig angeboten oder erbracht werden

48

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie

In Deutschland

§ 7 TDG: Besondere Informationspflichten bei kommerziellen Kommunikationen

Diensteanbieter haben bei kommerziellen Kommunikationen, die Bestandteil eines Teledienstes sind oder die einen solchen Dienst darstellen, mindestens die nachfolgenden Voraussetzungen zu beachten.

1. Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche erkennbar sein.
2. Die natürliche oder juristische Person, in deren Auftrag kommerzielle Kommunikationen erfolgen, muss klar identifizierbar sein.

49

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Frage nach dem Gerichtsstand

Server

Internet-Anschluß

50

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1 RECHTLICHE ASPEKTE

Die Frage nach der Vollstreckbarkeit?

- EuGVVO
- Zwischenstaatliche Abkommen

(-) **soweit Vollstreckungsübereinkommen bestehen:** Vollstreckung kostenintensiv, langwierig und damit ineffektiv

(-) **soweit keine Vollstreckungsübereinkommen bestehen:** Vollstreckung unmöglich, gerichtliches Vorgehen daher sinnlos

51

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1 RECHTLICHE ASPEKTE

Ausweichstrategien für Werbungtreibende

mit Sitz in Deutschland

100 %

XY Internet Marketing Ltd. Bermuda

Gründung einer ausländischen Tochtergesellschaft, die nach Weisung der inländischen Muttergesellschaft als Werbungtreibende agiert und im Internet wettbewerbswidrige Werbung betreibt

XYZ AG

Internet Server

52

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1

RECHTLICHE ASPEKTE

E-Mail Werbung (SPAM, Junk –E-Mails)

= Werbe-E-Mails, die dem Adressaten unaufgefordert zugesandt werden

- hohes Aufkommen (z.B. 2Mio./Monat)
- große Vorteile für Werbenden:
 - kostengünstig
 - Adressat wird direkt erreicht

Ist-Zustand:

- wenig Rechtsprechung, insbesondere noch keine ober gerichtlichen Entscheidungen



53

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
 FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
 BERGISCHE GLADBACH

1

RECHTLICHE ASPEKTE

Aktuelle Journalartikel

INTERNET

Die Privatsphäre löst sich in der Datenwolke auf

Die europäische Staatengemeinschaft kommt beim Datenschutz im 21. Jahrhundert an. Gut 17 Jahre ist das bestehende Regelwerk alt, das in den Mitgliedstaaten als Mindeststandard gilt. Wie viel 17 Jahre in der europäischen Politik und

Daniel Delhaes



Facebook will gar das gesamte Profil der Nutzer abbilden und gleichzeitige Gesichtserkennung einführen, um auf jedem Foto erkannt und markiert zu werden. Alles umsonst für den Nutzer, von dem Facebook dankend annimmt. Das Internet ist das Ende der Privatsphäre.

54

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
 FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
 BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Neuerungen bei Direktmarketing

Art. 7 E-Commerce-Richtlinie

- (2) Unbeschadet der Richtlinien 97/7/EG und 97/66/EG ergreifen die Mitgliedstaaten Maßnahmen um sicherzustellen, dass Diensteanbieter, die nicht angeforderte kommerzielle Kommunikation durchelektronische Post übermitteln, regelmäßig sog. Robinson-Listen konsultieren, in die sich natürliche Personen eintragen können, die keine derartigen kommerziellen Kommunikationen zu erhalten wünschen, und dass die Diensteanbieter diese Listen beachten.

55

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Neuerungen bei Direktmarketing

- Anhang zu Art. 3:
- Zulässigkeit nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation mittels elektronischer Post (=E-Mail-Werbung) dürfen Mitgliedsstaaten nach eigenem Gutdünken regeln
- Wie ist dies in Deutschland geregelt?



56

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

E-Mail Werbung (SPAM, Junk –E-Mails)

- Lange Zeit kontroverse Beurteilung in Rechtsprechung + Literatur
- Tendenz (bisher): zu behandeln wie Telefon-/Telefax-Werbung

Gründe:

- Eindringen in Individualsphäre
- Kostenaufwand für Telefonverbindung

- Klärung durch § 7 UWG



UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

57

1
RECHTLICHE ASPEKTE

E-Mail-Werbung - § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG

- (1) Unlauter im Sinne von § 3 UWG handelt, wer einen Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt.
- (2) Eine unzumutbare Belästigung ist insbesondere anzunehmen
- (3) Bei einer Werbung unter Verwendung von [...] elektronischer Post, ohne dass eine Einwilligung der Adressaten vorliegt.



UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

58

1
RECHTLICHE ASPEKTE

E-Mail-Werbung - § 7 Abs. 3 UWG

(3) Abweichend von Abs. 2 Nr. 3 ist eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post nicht anzunehmen, wenn

- (1) Ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,
- (2) Der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Ware oder Dienstleistungen verwendet,
- (3) Der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat,
- (4) Der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wurde, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

59

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1
RECHTLICHE ASPEKTE

Geschäftliche E-Mail

Finden die Regeln zu Pflichtangaben in Geschäftsbriefen

- §§ 37a, 125a HGB
- § 80 Abs. 1 AktG
- § 35a Abs. 1 GmbHG

Auf die geschäftliche E-Mail entsprechende Anwendung?

 **JA !**

60

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

1

RECHTLICHE ASPEKTE

Aktuelle Journalartikel

Das Urheberrecht

ANTI-PIRATERIE-ABKOMMEN (ACTA)

Jetzt nicht einknicken

U

nser Wirtschaftswachstum und die stetig steigenden Beschäftigungszahlen beruhen auf den hochwertigen Produkten, die deutsche Firmen in alle Teile der Welt exportieren. Daher ist die Zunahme von Piraterie gerade für Deutschland, seine Unternehmen und Beschäftigten eine große Gefahr. So haben sich beispielsweise die Beschlagnahmezahlen des europäischen Zolls zwischen 2009 und 2010 verdoppelt. Über 100 Millionen Produkte wurden im vorletzten Jahr an den Außengrenzen der EU sichergestellt. Die EU schätzt den Warenwert der Originalprodukte auf rund eine Billion Euro. Und dies ist nur die Spitze des Eisbergs, da nur ein Bruchteil der gefälschten Waren sichergestellt wird.

Diese Zahlen machen deutlich, dass das Piraterieproblem nur durch eine Verbesse-



Angelika Pohlentz

PRO: Wir müssen unsere Firmen und Verbraucher schützen. Die Bundesregierung muss die Ängste ausräumen.

in Europa nichts. Auch das Bundesjustizministerium, das in den Verhandlungsprozess eingebunden war, sagte bis vor kurzem

Justizministerin sollte behalte ausräumen u zeigen.

Diesen Ängsten und eine inhaltlich wende zu vollziehen und in vielerlei Hins Es stellt sich die Frage Mitgliedstaat innerh man über lange Zeit begleitet Prozesse häufig wird ein Verhandlungsprozess wesen sei. Tatsächlic Acta um ein plurilate von der EU verhande diese auch ein Mann rung bekommen.

Neben den EU-Schweiz, USA, Kanada

61


Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Noch Fragen?

